

Experiencias didácticas en áreas proyectuales

Maria Branda

“El diseño en comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento las actitudes y el comportamiento de la gente. Una comunicación llega a existir porque alguien quiere transformar una realidad existente en una realidad deseada” (J. Fontana).¹

El proceso de enseñanza es un acontecimiento de construcción conceptual que se produce en un momento histórico, en un campo disciplinario, en una etapa genética de la inteligencia, con sujetos sociales que participan e interactúan.

La educación superior, la institución, un currículum con sus programas, sus docentes y alumnos, van a propiciar un proceso de enseñanza que se propone desarrollar aprendizajes.

En este proceso, intervienen todos los factores involucrados en la educación y, el problema central es la construcción del conocimiento.

Implementar una practica desde una visión global de esta complejidad educativa, implica crear una didáctica específica para hacer posible el hecho cognitivo.

En el espacio de las áreas proyectuales, en el contexto social actual, el rol del comunicador visual ha adquirido un lugar preponderante. En un mundo donde las transformaciones tecnológicas han modificado sustancialmente las comunicaciones, se coloca al diseñador en una situación de capacitación permanente para producir respuestas integrales e innovadoras.

La propuesta pedagógica del taller de Diseño en Comunicación Visual (DCV), se orienta a sentar las bases para que el alumno desarrolle a lo largo de su carrera, un pensamiento y un saber dinámicos, con una capacidad autónoma, un criterio crítico y reflexivo, acuñando la destreza instrumental necesaria para insertarse en el espacio productivo con los cambios que la realidad va presentando.

La formación será abarcadora y flexible, en función de integrar los diferentes conocimientos (semiológicos, técnicos y específicos del área) en la práctica proyectual del diseño. Es en el taller donde se articulan estos conocimientos para obtener un dominio conceptual e instrumental sobre el proceso de comunicación. La experiencia realizada abre caminos de reflexión didáctica.

Introducción

La comunicación visual es una disciplina que adquiere cada vez más presencia en todos los ámbitos de la vida pública, por lo cual, necesita una permanente actualización en el plano de la enseñanza para formar a los alumnos en las áreas de Comunicación, Diseño y Arte. El espacio curricular de la carrera de Diseño en Comunicación Visual, debe incorporar nuevos conceptos en forma permanente, ya que, su presencia en el mundo es expansiva.

Los estudios sobre Cultura y Comunicación se han desarrollado y complejizado en los últimos veinte años. En lo que hace a la enseñanza superior ha crecido notablemente en cantidad de aspirantes y estas polémicas transformadoras deben ser incluidas en la formación. Así como en su momento, la carrera se fundó sobre la situación social y económica de los años 60, posteriormente, se fueron aplicando cambios en distintos momentos que la actualizaron, y entendemos que esta práctica debe ser constante.

El Diseño es un campo disciplinar sustentado en las teorías de comunicación, instrumentalmente proyectual y productivo, que se inscribe en la necesidad de resolver problemáticas sociales.

¹ FONTANA J.: *Diseño gráfico para la gente*, 1997.

Su práctica metodológica se basa en algunos aspectos fundamentales: la investigación, la conceptualización, la observación, el análisis y el diagnóstico, para luego generar los proyectos y la posterior concreción de las intervenciones de comunicación visual en distintos espacios.

El objeto de estudio de la comunicación visual es la construcción significativa del mensaje proyectual como resultado de una cultura, del contexto en que se inscribe y las características y recursos de su tiempo.

La época actual se caracteriza por un boom del diseño que puede finalizar tan velozmente como se difundió, pero en este contexto no interesa tanto el boom en sí mismo como la posibilidad de concebir el diseño como una disciplina fundamental, capaz de abarcar todos los niveles de la educación. Es una oportunidad que se ofrece por primera vez y es imprescindible aprovecharla, ya que no existe campo del conocimiento ni actividad humana que no esté relacionada con la proyección.²

La institución, en su carácter educativo, debe brindarle al individuo el conocimiento y las herramientas metodológicas para que su accionar comunicativo sea el resultado de un proceso reflexivo, analítico y creativo. Proporcionar los instrumentos de formación para que los jóvenes puedan participar de manera libre, autónoma y democrática en su espacio cultural y en la globalidad actual.

Fundamentación

La formación de profesionales en la Universidad pública contribuye a la sociedad en su conjunto y trabaja para el desarrollo del país y la calidad de vida de la población. El currículum, por medio de procedimientos metodológicos; el desarrollo del objeto de estudio de la disciplina y la orientación pedagógica, aportan al desarrollo de las capacidades intelectuales y las habilidades técnicas, en una circunstancia social determinada. Esto permite generar una formación profesional abarcativa que no se reduce a lo instrumental. La indagación y la reflexión respecto al entorno permiten, al sujeto que aprende, construir el objeto de estudio y ser capaz de operar un pensamiento y un proyecto inmersos en el marco social. Seleccionar y elegir de forma autónoma y consciente su futuro educativo y/o profesional y participar como parte de su hábitat y su comunidad.

"Como producción de una realidad nueva, el proyecto existe en todas las áreas de la actividad humana. Desde el momento que nos abrimos al futuro, entramos en el campo de la proyectación. El futuro no está dado, es proyectado".³

La construcción de aprendizajes es un proceso de experiencia y conocimiento que no separa la teoría de la práctica, sino que las integra como momentos del acto de conocer. La incorporación de nuevos lenguajes, para el campo de la comunicación visual, debe estar presente en el transcurso de la carrera. La construcción de mensajes por medio de los distintos medios y objetos se sostiene por el conjunto de materias que se relacionan en el acontecimiento educativo. El conocimiento e interpretación de los mismos le permitirán al alumno, comprender y analizar críticamente.

La cultura actual viabilizada mediante los medios de comunicación, en especial del cine, la televisión y la informática, constituye la educación no-formal, que contribuye a la estimulación imaginativa, transmitiendo productos visuales que forman parte de la vida diaria. Estos mensajes son parte de la educación informal que la educación formal debe incorporar.

² ARFUCH, Leonor, CHÁVEZ, Norberto y LEDESMA, María: *Diseño y Comunicación*, 2001.

³ CHÁVEZ, Norberto: *El Diseño invisible*, 2006.

La falta de organicidad en los planes de enseñanza para la transmisión del lenguaje visual y los mensajes, en general, que se reciben, inciden en las facultades racionales y perceptivas de los estudiantes. En la globalización informativa, el individuo, es destinatario de una multiplicidad de estímulos visuales, pero no se lo educa con las herramientas básicas necesarias de la imagen. Los conocimientos que otorgan la educación visual, el diseño y la comunicación para procesar, analizar y seleccionar los mensajes, no forman parte de los planes educativos, como tampoco la formación reflexiva y crítica. Se les enseña a leer y escribir, pero no a comprender las imágenes. El aprendizaje del lenguaje visual no solo se suma al lenguaje verbal, sino que se articulan, ampliando las posibilidades expresivas e instrumentales.

La comunicación visual, es una disciplina que se relaciona de diferentes maneras con otras áreas del conocimiento. Propone al alumno la permanente vinculación con otros campos (sociales, culturales, científicas, políticos, económicas, productivas, tecnológicas, etcétera). La comunicación visual depende del conocimiento amplio de otras áreas y espacios curriculares, para su aprendizaje. Para que el alumno pueda abordar una problemática de diseño el programa del taller, parte de contemplar:

- ◆ La elaboración y manejo de los conceptos e instrumentos de la disciplina
- ◆ La consolidación de una cultura general integradora, desde las ciencias sociales.
- ◆ El análisis del diseño en su contexto espacial y temporal.
- ◆ La interrelación de los contenidos de los distintos espacios curriculares.
- ◆ La aplicación de los elementos básicos del lenguaje verbal y de la imagen.
- ◆ El conocimiento de las bases para implementar metodológicamente un proceso de investigación y diagnóstico comunicacional.
- ◆ El dominio de los conceptos e instrumentos de la disciplina para realizar proyectos integrales de comunicación.

La implementación en el taller de las características metodológicas de la enseñanza del diseño, requiere de actividades grupales e individuales, que preparen al alumno para asumir responsabilidades; participar del debate organizado, acordar y tomar decisiones compartidas en función de un proyecto común.

La implementación didáctica tiende a la construcción de un pensamiento integral, abstracto e imaginativo. El aprendizaje del diseño es un vehículo entre la reflexión y la realización de la comunicación en sus incumbencias.

Para formar profesionales en el campo de la comunicación visual, capaces de conjugar la reflexión y la acción, se requiere de la conceptualización de los problemas como del entrenamiento en las nuevas tecnologías. Se pretende afianzar la confianza en las capacidades propias, creer en la capacidad de elaborar y producir proyectos en forma grupal. La vinculación y experiencia directa con la realidad cultural y el hábitat, permiten consolidar el conocimiento, construir y proyectar.

Por medio de esta formación en la disciplina, el alumno, logra involucrarse activamente con su entorno, desarrollando propuestas contextualizadas ya que, no es posible concebir el diseño si no está inserto en un espacio y tiempo determinados. De esta manera, el alumno puede comprender la importancia de su participación activa y consciente, el aporte a sus pares, a su comunidad y en consecuencia a su país.

El campo de la Comunicación Visual

La comunicación visual entendida, en términos estrictos, implica un cierto anacronismo. Es difícil reducir hoy la producción de mensajes a las concepciones tradicionales que se basaban en definiciones vinculadas a los sentidos, a la sensorialidad visual, auditiva, táctil. Si bien, en la comunicación instalada en la vida social, estos esquemas se han roto por las transformaciones teóricas y tecnológicas, aún subsisten en la enseñanza estas modalidades fragmentarias de construir el

conocimiento.

El panorama general de la enseñanza de la Comunicación visual, muestra no sólo esta segmentación sino también un cierto grado de pragmatismo en el “aprender haciendo” despojado de elementos teóricos conceptuales que impiden una visión integral de la complejidad de la comunicación como campo disciplinar. Dentro de los aportes al campo de Comunicación y Cultura en la década del 80, después de plantearse la necesidad de desplazar el eje de estudio de los medios a las mediaciones, emerge en el contexto de los que se llamó la “década perdida” la definición de Martín Barbero quien inicia un proceso de articulación de la comunicación con la cultura, en la búsqueda de definir su sentido- significado. Los trabajos de Barbero son fundamentalmente teóricos y abren el campo de investigación a las identidades. En 1981, Habermas, publica su obra *Teoría de la acción comunicativa*. Es una obra sociológica, una teoría global de la sociedad: el origen, la evolución y las patologías de la sociedad. Habermas abandona la anterior visión sobre el programa de la filosofía de la conciencia o del sujeto y se ubica en el de la intersubjetividad comunicativa o del entendimiento lingüístico. Desde este punto de vista considera, entre otras cosas, que el modelo de acuerdo con el cual hay que pensar la acción social no es ya el de una acción subjetiva orientada por fines egoístas de sujetos individuales, sino el de una acción orientada al entendimiento en el cual los sujetos coordinan sus planes de acción sobre la base de acuerdos motivados racionalmente a partir de la aceptación de pretensiones. La pragmática universal intenta identificar y reconstruir las condiciones universales de todo entendimiento posible en el medio específico del habla. En esta misma época Jorge González, Sánchez Ruiz, Guillermo Orosco, Fuentes Navarro y García Canclini, son los investigadores de mayor producción en Latinoamérica y sus aportes han sido tomados en la mayoría de los estudios que abordan esta temática. Sus referentes teóricos son Bourdieu, Vattimo, Lyotard y Boudrillard, y Michel de Certeau, entre otros.

Desde el punto de vista teórico, es necesario partir de incorporar estos debates y la comprensión del proceso de comunicación y de la complejidad que implica. Entender que se trata de un proceso que es el sustento de la vida social y que éste es su contexto esencial.

La comunicación, cualquiera sea su característica, y los canales por los cuales se transmite, genera otro fenómeno complejo, producto de la interrelación de sus diferentes modalidades, que construyen una trama de significación que no puede ser subestimada desde una disciplina que pretende, en primer término, tener una visión global del proceso, para luego poder abordar con idoneidad aquel aspecto específico propio de alguna de las tipologías de los mensajes, su circulación y su consumo.

La comunicación hace ya tiempo que no puede ser concebida como un simple “hacer”. El compromiso propio de la construcción de sentido para una interpretación y comprensión social, tiene que prever una cuota muy importante de relaciones interdisciplinarias para la consolidación eficiente de estos productos que son los mensajes.

El intento de reformular una teoría de la enseñanza del diseño nos lleva a redefinir los alcances de la disciplina en su situación actual. Debemos indagar cómo hacer que un conjunto de conceptos se transfieran sin interferencias en la práctica proyectual.

Mostrar los problemas del proceso de la comunicación, de donde surgen una cantidad de cuestiones terminológicas que sin pretender ser los verdaderos o los únicos, pretenden ser conceptos operativos que ordenen ese espacio de reflexión que existe entre la teoría y el “hacer”.

Otro aspecto a considerar, que ha dado lugar a permanentes debates, es el del lenguaje, sobre todo en lo que hace al sobredimensionamiento del lenguaje visual como fenómeno predominante. Esto, terminó generando un privilegio cercano a un esencialismo casi místico. Podemos hablar de una mística de la percepción visual. Este perceptualismo hoy muestra sus limitaciones en la medida en que es posible recuperar la comunicación como construcción de sentido. Esto, ha dado lugar a

estudios más serios sobre conceptos como el de género, estilo, retórica, etcétera. Desde este marco, es posible redimensionar el concepto de iconicidad y, también, generar observaciones críticas a las exageraciones que el diseño gráfico produjo como el caso del “pictogramaticismo” que, hasta hoy, sigue siendo una especie de recurso ineludible en el proceso de la banalización de la enseñanza del diseño.

Un problema a considerar es el espacio de reflexión crítica acerca del concepto de estilo. En la práctica del diseño, como en su enseñanza, las cuestiones estilísticas han estado ausentes por desestimación y desconocimiento. Generalmente, se maneja lo estilístico, sin reconocer la validez en la construcción de sentido. La selección de los elementos intervinientes en un diseño son portadores de estilo y, a su vez, están signados por diferentes paradigmas históricos-sociales, culturales, estéticos, etcétera. Es un concepto sustantivo, un protagonista activo del proceso comunicacional.

El desarrollo tecnológico de los últimos años incide en el campo de la Comunicación visual modificando su incumbencia y sus modos de intervención. La adecuación a los cambios permanentes, implica repensar los sustentos y los fundamentos.

Orientación pedagógica

El proceso de enseñanza-aprendizaje se inscribe en la dinámica de transmisión de una cultura y, en ese marco, se produce la construcción de conocimientos que preparan a un sujeto en determinado campo del saber. El término aprendizaje adquiere características diversas según la corriente de interpretación educativa que lo teorice o practique. Entendemos, dentro de la amplia corriente Cognitiva, que el proceso de enseñanza-aprendizaje es un acontecimiento de construcción conceptual que se produce en un momento histórico, en un campo disciplinario, en una etapa específica de la inteligencia, con sujetos sociales que participan e interactúan. En la educación superior, la institución, el currículum con sus programas, los docentes y los alumnos, van a propiciar un proceso de enseñanza que se propone construir aprendizajes, desde una concepción disciplinar y una didáctica.

En este proceso de aprendizajes significativos, intervienen todos los factores involucrados en la educación y, el problema central, está en el marco social, los conocimientos y la experiencia educativa. Tener una visión integral de esta complejidad, hace posible el hecho cognoscitivo.

Los saberes específicos de la disciplina se ordenan en los contenidos programáticos, que expresan las categorías de análisis que van a conformar los objetos de estudio de la carrera. Esta orientación del plan de estudios y sus contenidos, va a influir directamente sobre la práctica educativa. Es decir, el proceso de enseñanza-aprendizaje se inscribe, en este marco global, sintetizando la construcción del tipo de pensamiento que es necesario operar para dominar una disciplina.

La dimensión pedagógica en el proceso de enseñar y aprender, para una disciplina como la Comunicación Visual, radica justamente en esta problemática, en como está planteada y en la realidad curricular que la desarrolla y la contiene.

Una didáctica particularizada de las áreas de incumbencia, tiene que definir el papel de la creatividad en la enseñanza proyectual. Partimos de realizar una evaluación curricular, tomando en cuenta, la importancia de una didáctica específica en la formación de los futuros profesionales en forma actualizada. Analizando la historicidad de cada carrera, los sucesivos cambios de planes de estudio, las modificaciones de los programas, la relación horizontal y vertical de la currícula y los distintos perfiles profesionales que esos planes han generado. De esta manera, se construyó un diagnóstico sobre el resultado de esos programas de formación, su orientación didáctica, y los alcances de la producción de los egresados.

Analizando la situación de la didáctica, como la forma de intervención de la pedagogía en la formación de grado, nos proponemos algunas modificaciones que inicien un ámbito de capacitación para los docentes. En lo que hace al papel de la creatividad,

entendemos que permite formular líneas didácticas que contemplen específicamente este aspecto sustancial de la formación de los realizadores.

El saber de la disciplina está constituido por los contenidos conceptuales de la misma. Los fundamentos explicitan la validez de la asignatura para la formación del profesional. Los objetivos son las metas que nos proponemos a mediano o largo plazo para alcanzar el conocimiento disciplinario. Las formas de implementación requieren de una definición didáctica y metodológica de trabajo que es necesario investigar, diagnosticar y reformular.

El trabajo de investigación que estamos realizando, para la fundamentación de una didáctica específica, se sustenta en este panorama general planteado. Su implementación está dada por el estudio de las formas de enseñar y la creatividad como potencial a desarrollar en este tipo de lenguajes. Su aplicación a los programas, los objetivos, la metodología y las formas de evaluación, nos permitirán formular propuestas del cómo enseñar.

La educación superior

La función de la universidad, es formar profesionales en los diferentes campos del conocimiento. La formación aspira al éxito, a la inserción. Sería contradictorio formar para el fracaso. El estudiante aspira a labrar un porvenir mejor, a la movilidad social por medio de los estudios superiores. Esta es una de las utopías inherentes a la educación. Se proyecta hacia el futuro de mediano y largo plazo y se traza un camino para la formación.

El sistema educativo argentino sólo en algunos períodos de su historia, cristalizó la vinculación Universidad-sociedad. La relación profesión y trabajo, ha estado en permanente conflicto, ya que, la articulación educación-estructura productiva, ha sido una expresión de deseo, más que el resultado de una planificación de política educativa.

Es la decisión sobre la situación socioeconómica de un país, la que necesita para su desarrollo, destinar un lugar para la producción científica y tecnológica y por lo tanto, para la ocupación de los profesionales que ha formado en las distintas disciplinas. Una profesión requiere que los egresados sean incorporados en el empleo que corresponde a su capacidad y especialización. Los sucesivos modelos económicos ensayados en nuestro país, han tenido sus propias leyes, ensayos que no contemplaron proyección, por lo tanto, la expansión de las carreras universitarias no fue resultado de planes de país para el futuro, sino de coyunturas inmediatas. Se han ensayado modelos donde el mercado de trabajo se fue deteriorando sobre improvisaciones rápidas que cambiaron o se modificaron sin proyecto ni planificación, careciendo de la perspectiva y la continuidad necesarias para marchar sobre objetivos de bienestar común y hacia metas preestablecidas. Más bien, el mercado neoliberal impuso sus leyes según las pautas trazadas por los grandes centros de decisión internacional.

Esta mirada pretende desmitificar la presión que se ejerce sobre las universidades y los planes de estudio, respecto a las salidas laborales. La educación y los programas de formación superior no generan empleo. El rol social de la educación es la transmisión cultural y la producción de conocimiento y su recreación con la finalidad de constituir el sustento científico tecnológico innovador en la sociedad. Vincular, en forma mecánica, la formación profesional con la ocupación es minimizar el problema, del rol de la educación superior. La universidad no tiene como misión formar profesionales para los vaivenes del mercado, su propósito es más estratégico. Su finalidad es formar individuos para aportar al progreso del país, para un futuro donde está involucrado el crecimiento cualitativo del conjunto de la sociedad.

Los modelos económicos de las últimas décadas, con hegemonía neoliberal, impusieron necesidades tendientes a satisfacer un mercado competitivo, tecnicista, y sectorial. Han buscado resolver los intereses de sectores parciales de la sociedad y,

de esta forma, se fue orientando a las carreras de grado hacia perfiles acotados, desestimando la formación integral del estudiante. En este marco, la preparación técnica y las habilidades prácticas, se presentan como suficientes. Los resultados se expresan en altos porcentajes de egreso de bajo nivel, respecto a parámetros anteriores a 1976. Esta deficiencia de procesos educativos satisfactorios de planes de estudio emparchados carecen de una estructura que garantice la formación de un perfil profesional con proyección y respuesta para las demandas del futuro, capaces de plantear alternativas a los problemas de las grandes mayorías.

Estas orientaciones curriculares contradictorias coexisten en nuestras universidades y se visualizan como generalistas o especializadas, creando una dicotomía falsa muchas veces enunciada como excluyente. Las viejas confrontaciones de teoría-práctica, como estas de generalidad-especialidad, no resuelven los problemas curriculares porque son una distorsión simplista del problema. La cuestión se dirime en el saber disciplinar y una didáctica específica que sintetice el conjunto de conocimientos que conforman un perfil innovador, historizado y adaptado a un proyecto de país equitativo.

Las tendencias tecnicistas que interpretan el rol de la educación y el planeamiento curricular como una respuesta a las demandas del mercado, tienen antecedentes en los años 50, cuando se conformó como campo la Economía de la Educación, convirtiéndose en el referente del problema educación-profesión. Instalando formas de evaluación, orientaciones formativas y un lenguaje que aún hoy empleamos; gerenciamiento educativo, inversión educativa, eficiencia, resultado, profesión-empleo, escuela - mercado laboral, universidad - aparato productivo.

En la actualidad, el perfil profesional de la carrera, debe analizar las consecuencias de esos modelos efficientistas y buscar los antecedentes históricos de la profesión, su campo de aplicación, los distintos proyectos de formación implementados y, desde ese conocimiento, formular sus perspectivas futuras. La propuesta pedagógica está inserta en esta situación y se define desde una superación de los problemas planteados.

Propuesta didáctica

El proyecto de investigación que estamos desarrollando parte de un diagnóstico de necesidades para, desde allí, desarrollar la fundamentación de una didáctica en la cual el eje multidisciplinar articula las distintas áreas. Su implementación está dada por el estudio de las formas de enseñar y el rol de la creatividad como potencial a desarrollar en los lenguajes proyectuales y su aplicación. Los contenidos del trabajo, los objetivos, la metodología y las formas de evaluación, se adaptan a los requerimientos del tema. Dentro del plan a desarrollar se definen la construcción teórica y los métodos de trabajo. La metodología prevé realizar un seguimiento de las experiencias áulicas, para evaluar su proceso y sus resultados.

La orientación didáctica se desprende del plan de estudios, dentro del cual, se articulan un conjunto de saberes que van a conformar un perfil profesional en una disciplina o campo del conocimiento.

La didáctica es la intervención pedagógica, la forma en que se implementa la construcción del conocimiento. El tema de la creatividad y su orientación en las líneas de formación, constituyen el núcleo del quehacer educativo. Esta problemática ha sido tratada por muchos autores y abordada desde distintas concepciones. Diferentes campos han manifestado interés por estas cuestiones, que forman parte de la educación. El desarrollo de la capacidad creativa es un elemento inherente a la enseñanza y forma parte de la didáctica en las áreas proyectuales.

La experiencia del Taller de DCV se sustenta en una evaluación de las formas didácticas del tratamiento de la enseñanza y las tendencias creativas para proponer modos de operar en la práctica del aula. Recoger datos de las condiciones de aprendizaje de los estudiantes de diferentes niveles del taller, permite ir construyendo

una didáctica específica desde un conocimiento evaluable, para formular las líneas orientadoras.

El espacio de la creatividad está ligado a esa construcción, al trabajo productivo, a la labor transformadora, a la invención, al descubrimiento, a la búsqueda y a la duda. Por consiguiente, al trabajo, al pensamiento y a la conformación de la cultura. En la educación proyectual, a la acción constructiva, al conocimiento que consolida el saber disciplinar. En estas áreas es un elemento que atraviesa el objeto de estudio y conforma una orientación didáctica.

No es posible acotar una definición única del término crear. Más bien, intentamos señalar su magnitud y sus alcances e indagar cómo apoyar su proyección y desarrollo en la educación en comunicación. Para llegar a este lugar, tenemos que ubicar los aspectos más generales del tema y luego redimensionar su valor en el campo de la enseñanza-aprendizaje para establecer su relación con la didáctica de los lenguajes comunicacionales.

El punto de partida para enmarcar el tema de la didáctica y la creatividad, es ubicarlas como elementos inherentes al aprendizaje. La creatividad, al igual que la facultad de conocer, es una categoría potencial del hombre, que alcanza distintos niveles de desarrollo según el medio social y la época en que el individuo crece y se forma, es decir, su medio de pertenencia.

La creación es exclusivamente humana y surge del saber, del conocimiento y la interrelación con el entorno que sustenta a la intención de comunicarse. A partir de esta visión, se pueden considerar, las diferentes opciones que el emisor tiene para elaborar el mensaje. Para transmitir una crítica, un sentimiento, una idea, un significado. Estos mensajes pueden ser orales, escritos, corporales, auditivos, visuales, etcétera. El componente creativo es constitutivo del mensaje mismo, radica en la intención, en la propuesta del emisor como generador.

La propuesta del Taller

En el proyecto del taller de DCV se desarrolla un análisis crítico de las tendencias pedagógicas y del campo educativo del arte y el diseño, sentando las bases para que los participantes desarrollen a lo largo de la cursada un pensamiento y un saber dinámicos con una capacidad autónoma, un criterio crítico y la destreza instrumental necesarias para elaborar mensajes.

Este abordaje tiende a propiciar una formación abarcativa y flexible en función de integrar los diferentes conocimientos. En el proceso educativo se articulan estos conocimientos para obtener un dominio sobre el proceso de indagar, analizar e implementar. Cada trabajo está dentro de un proyecto y el alumno debe dominarlo para realizar propuestas.

El propósito del taller es vincular el conocimiento y la experiencia, partiendo de las variables socio-económicas y culturales que influyen en el hecho comunicacional. Se realizan diagnósticos que permiten la aplicación de los conocimientos sobre métodos de trabajo que construyen los mensajes.

En este marco, el taller tiene la carga académica necesaria y los contenidos mínimos que se vinculan con las especificidades del plan de estudios. El saber de la disciplina está constituido por los contenidos conceptuales de la misma. Los fundamentos explicitan la validez de la asignatura para la formación del profesional. Los objetivos son las metas que nos proponemos alcanzar a mediano o largo plazo. La didáctica marca la especificidad de implementación. Para los proyectos de comunicación, tenemos en cuenta un conjunto de variables:

- El tipo de lenguaje y sus diversas modalidades de codificación.
- El contenido cultural, estético, y disciplinario.
- Las condiciones de la recepción del mensaje.
- Los recursos instrumentales vinculados al lenguaje.
- La potencialidad creativa en la producción del emisor.

- Las características del contexto.
- La propuesta proyectual.

Bibliografía

COSTA, Joan: *Imagen Corporativa en el siglo XXI*, Buenos Aires, Ed. La Crujía, 2003.

LA FERLA, Jorge y GROISMAN, Martín: *El medio es el diseño. Estudios sobre la problemática y su relación con los medios de comunicación*, Buenos Aires, Ed. Oficina de Publicaciones del CBC, UBA, 1996.

SATUÉ, Eric: *El Diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Madrid, Ed. Alianza.

CHAVEZ, N.: *El Diseño invisible*, Buenos Aires, Paidós, 2006.

BARTHES, R.: *La torre Eiffel*, Buenos Aires, Paidós, 2002.

BORDIEU, P. y GROS, F.: "Principios para una reflexión sobre los contenidos de la enseñanza" *Rev. de Educación* - Nº 292, Madrid, 1990, pp. 417-425.

DÍAZ BARRIGA, A.: *Didáctica y currículum. Convergencias en los programas de estudio*, México, Paidós, 9ª Ed.

FORD, A.: *Navegaciones. Comunicación cultura y crisis*, Buenos Aires, Ed. Amorrortu, 1994.

VERÓN, Eliseo: *El cuerpo de las imágenes*, Barcelona, Bogotá, Ed. Norma, 2001.

KOZAK C.: *Contra la pared*, Buenos Aires, Ed. UBA, 2004.

ROLLIÉ, R y BRANDA, M.: *La enseñanza del diseño en comunicación visual*, Buenos Aires, Ed. Nobuko, 2004.

ARFUCH, L.; CHÁVEZ, N. y LEDESMA, M.: *Diseño y Comunicación*, Buenos Aires, Ed. Paidós, 2001.

FONTANA, J.: *Diseño grafico para la gente*, Buenos Aires, Ed. Infinito, 1997.